

日 本 国 特 許 庁

PATENT OFFICE  
JAPANESE GOVERNMENT



別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office.

出 願 年 月 日

Date of Application:

2000年11月24日

出 願 番 号

Application Number:

特願2000-358152

出 願 人

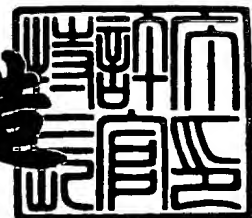
Applicant (s):

オリンパス光学工業株式会社

2000年12月22日

特許庁長官  
Commissioner,  
Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2000-3107609

【書類名】 特許願

【整理番号】 A000007004

【提出日】 平成12年11月24日

【あて先】 特許庁長官 殿

【国際特許分類】 G06F 19/00

【発明の名称】 マーケティングリサーチ方法及びそれに用いる印刷物、  
並びにそのマーケティングリサーチにおいて利用される  
情報資源

【請求項の数】 26

【発明者】

    【住所又は居所】 東京都渋谷区幡ヶ谷 2 丁目 4 3 番 2 号 オリンパス光学  
工業株式会社内

    【氏名】 佐々木 寛

【発明者】

    【住所又は居所】 東京都渋谷区幡ヶ谷 2 丁目 4 3 番 2 号 オリンパス光学  
工業株式会社内

    【氏名】 菊池 睦実

【特許出願人】

    【識別番号】 000000376

    【氏名又は名称】 オリンパス光学工業株式会社

【代理人】

    【識別番号】 100058479

    【弁理士】

    【氏名又は名称】 鈴江 武彦

    【電話番号】 03-3502-3181

【選任した代理人】

    【識別番号】 100084618

    【弁理士】

    【氏名又は名称】 村松 貞男

【選任した代理人】

【識別番号】 100068814

【弁理士】

【氏名又は名称】 坪井 淳

【選任した代理人】

【識別番号】 100091351

【弁理士】

【氏名又は名称】 河野 哲

【選任した代理人】

【識別番号】 100100952

【弁理士】

【氏名又は名称】 風間 鉄也

【先の出願に基づく優先権主張】

【出願番号】 特願2000- 82789

【出願日】 平成12年 3月23日

【手数料の表示】

【予納台帳番号】 011567

【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】 図面 1

【物件名】 要約書 1

【包括委任状番号】 0010297

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 マーケティングリサーチ方法及びそれに用いる印刷物、並びにそのマーケティングリサーチにおいて利用される情報資源

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、当該印刷物には、アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするための URL を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており、

前記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から前記 URL が復元されて、前記読取装置に接続された前記アクセス装置により、当該復元された URL に対応する前記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うことを特徴とするマーケティングリサーチ方法。

【請求項 2】 前記符号化画像から復元された前記 URL に対応する前記情報資源は、前記印刷物に関する調査及び／又は分析を行うための情報資源であることを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 3】 前記 URL は、前記印刷物を識別するための ID 情報を含むことを特徴とする請求項 1 又は 2 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 4】 前記 ID 情報は、前記印刷物の名称、前記印刷物の種類、前記印刷物の配布地域、前記印刷物の配布日、及び前記印刷物の配布目的の内の少なくとも一つを識別可能な情報を含むことを特徴とする請求項 3 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 5】 前記符号化画像は、更に、前記アクセス装置に対してブラウザを起動させるためのブラウザ起動用プログラムに関する情報を含むことを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 6】 前記印刷物が、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カタログ、チラシ、名刺、又は各種チケットであることを特徴とする請求項

1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 7】 前記印刷物が複数の記事又は広告を掲載したものであり、前記符号化画像が、当該印刷物に掲載された各記事又は各広告毎にそれぞれ印刷されているとき、

当該各符号化画像に含まれる各 URL は、この各記事又は各広告を識別するための ID 情報を含むことを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 8】 前記情報資源は、前記印刷物の発行者に係る情報資源であることを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 9】 前記印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、前記符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されているとき、

前記情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であることを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 10】 前記情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報であることを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 11】 前記符号化画像は、更に、前記 URL 以外に、音声、映像、又はテキストの内の少なくとも一つに係る情報を含むことを特徴とする請求項 1 に記載のマーケティングリサーチ方法。

【請求項 12】 文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、

アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするための URL を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており、

前記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から前記 URL が復元されて、前記読取装置に接続された前記アクセス装置により、当該復元された URL に対応する前記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印

刷物に関する調査及び／又は分析を行うマーケティングリサーチのために使用されることを特徴とするマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 3】 前記符号化画像から復元された前記 URL に対応する前記情報資源は、前記印刷物に関する調査及び／又は分析を行うための情報資源であることを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 4】 前記 URL は、前記印刷物を識別するための ID 情報を含むことを特徴とする請求項 1 2 又は 1 3 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 5】 前記 ID 情報は、前記印刷物の名称、前記印刷物の種類、前記印刷物の配布地域、前記印刷物の配布日、及び前記印刷物の配布目的の内の少なくとも一つを識別可能な情報を含むことを特徴とする請求項 1 4 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 6】 前記符号化画像は、更に、前記アクセス装置に対してブラウザを起動させるためのブラウザ起動用プログラムに関する情報を含むことを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 7】 前記印刷物が、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カタログ、チラシ、名刺、又は各種チケットであることを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 8】 前記印刷物が複数の記事又は広告を掲載したものであり、前記符号化画像が、当該印刷物に掲載された各記事又は各広告毎にそれぞれ印刷されているとき、

当該各符号化画像に含まれる各 URL は、更に、この各記事又は各広告を識別するための ID 情報を含むことを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 1 9】 前記情報資源は、前記印刷物の発行者に係る情報資源であることを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 2 0】 前記印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の

印刷物であり、前記符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されているとき、

前記情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であることを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 2 1】 前記情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報であることを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 2 2】 前記符号化画像は、更に、前記 URL 以外に、音声、映像、又はテキストの内の少なくとも一つに係る情報を含むことを特徴とする請求項 1 2 に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【請求項 2 3】 文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、当該印刷物には、アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするための URL を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており、

前記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から前記 URL が復元されて、前記読取装置に接続された前記アクセス装置により、当該復元された URL に対応する前記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うマーケティングリサーチにおいて利用される前記情報資源であって、

前記アクセス情報を蓄積するための蓄積手段を具備することを特徴とする情報資源。

【請求項 2 4】 前記情報資源は、前記印刷物の発行者に係る情報資源であることを特徴とする請求項 2 3 に記載の情報資源。

【請求項 2 5】 前記印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、前記符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されているとき、前記情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であるこ

とを特徴とする請求項 2 3 に記載の情報資源。

【請求項 2 6】 前記アクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報であることを特徴とする請求項 2 3 に記載の情報資源。

【発明の詳細な説明】

【0 0 0 1】

【発明の属する技術分野】

本発明は、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物を利用することによって当該印刷物に関するマーケティングリサーチを行うようにしたマーケティングリサーチ方法、及びそれに用いる印刷物、並びに、そのマーケティングリサーチにおいて利用される情報資源に関する。

【0 0 0 2】

【従来の技術】

従来、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カタログ、チラシ、又は各種チケット等といった、文字や絵柄、写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物について、それ自体の注目度や反響度、更には当該印刷物に印刷されている内容についての注目度や反響度等を調べる手法としては、専ら、その印刷物の売れ行きや配布部数等の調査を行なうという手法が採られていた。

【0 0 0 3】

即ち、その売れ行きや配布部数等を示す数値を、その印刷物に関する注目度や反響度を示すためのデータとして代用することにより、そのマーケティングリサーチを行なうというものであった。

【0 0 0 4】

しかしながら、このようなマーケティングリサーチの手法によると、本当に読者等が当該印刷物に注目し、或いはその記載内容に実際に興味を示したのかまでは、例えば発行者側で正確に把握することが極めて難しく、従って、この種印刷物に関するマーケティングリサーチの調査精度をより一層上げていく上で、一定



の限界があった。

【 0 0 0 5 】

とりわけ、例えば、新聞や雑誌等に掲載されている各記事や各広告毎にその注目度や反響度等を見るにあたっては、その売れ行きのみをもって判断することはそもそも不可能且つ危険であり、またパンフレット、カタログ、或いはチラシ等といった無償で不特定多数の者に配布される印刷物に至っては、その売れ行きを示すデータも得られないだけに更に困難を極めていた。

【 0 0 0 6 】

従って、印刷物自体に対する注目度や反響度をより正確に調査できるのは勿論のこと、例えば、新聞や雑誌等に掲載されている各記事や各広告毎にその注目度や反響度が直接的に調査できるような、印刷物に関する新たなマーケティングリサーチの手法の実現が所望されていた。

【 0 0 0 7 】

【発明が解決しようとする課題】

ところで、近年、一般家庭にも急速に普及しつつあるパーソナルコンピュータ等のアクセス装置を用いて、世界的規模のコンピュータネットワークであるインターネットに接続されたワールドワイドウェブ（以下、WWWという。）上の情報資源（Web ページ或いはホームページと呼ばれているもの。）をアクセスすることにより、誰でも簡単に必要な情報を好きな時に入手できるようになっている。

【 0 0 0 8 】

そして、この情報資源の指定にあたっては、アクセス者は、URL（Uniform Resource Locator）を指定して行うようになっている。このURLは、例えば、<http://www.abcdef.co.jp>等のような文字列で表現されるが、このうち、httpはプロトコル名を表し、www.abcdef.co.jpは、WWW上の情報提供側のサーバ名称を表し、更に、そのwww.abcdef.co.jpの後にはフォルダ名やファイル名等が付与される。

【 0 0 0 9 】

従って、例えば、特開平 1 0 - 7 8 9 2 8 号公報に記載された如く、このUR

Lを比較的短い桁数の番号に割り当ててバーコード化して印刷物に印刷しておき、アクセス者が、当該バーコードを専用の読取装置で光学的に読み取りさえすれば、この読取装置が接続されたアクセス装置を介してこのURLに対応する情報資源にアクセスできるため、印刷物と電子情報とのリンクが可能になる。

## 【 0 0 1 0 】

しかしながら、このものは、情報資源に対してのアクセス状況の調査や分析までは行っているが、当該印刷物についての注目度や反響度、更には、例えば、新聞や雑誌等に掲載されている各記事や各広告毎にその注目度や反響度を調査するといったことまでは全く考慮されていないものであった。

## 【 0 0 1 1 】

そして、特開平10-171758号公報、同10-177613号公報、同9-152924号公報、同8-69436号公報等についても同様であった。

本発明者らは、基本的には、上記したインターネットを利用して電子情報と印刷物とをリンクさせる方式を用いれば、印刷物に関するマーケティングリサーチの手法としては極めて有利であることに注目し、そして当該印刷物に記載された1次元や2次元のバーコード、更にはその他様々な形態の光学的に読み取り可能な符号化画像を読み取るという行為そのものは、正しく当該印刷物に興味を示したことに相違ないと見なせる点に着目して、本発明を完成したものである。

## 【 0 0 1 2 】

本発明は、上記の点に鑑みてなされたもので、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物に関する注目度や反響度等について、より正確にそして簡単に調査及び／又は分析を行うことができるマーケティングリサーチ方法、及びそれに用いる印刷物、並びに、そのマーケティングリサーチにおいて利用される情報資源を提供することを目的とする。

## 【 0 0 1 3 】

## 【課題を解決するための手段】

上記の目的を達成するために、本発明によるマーケティングリサーチ方法は、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至

は不特定者に配布される印刷物であって、当該印刷物には、アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ（WWW）上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするためのURL（Uniform Resource Locator）を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており、

上記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から上記URLが復元されて、上記読取装置に接続された上記アクセス装置により、当該復元されたURLに対応する上記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うことを特徴とする。

【 0 0 1 4 】

即ち、印刷物には、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像以外に、URLを符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されている。

【 0 0 1 5 】

従って、読者は、当該印刷物を読んだり見たりして興味を示した場合には、更に詳細な或いは深い情報を取得しようと試みるので、当然、当該印刷物に印刷されているその符号化画像を読取装置で読み取ってURLを復元し、このURLによって指定されるWWW上の情報資源へのアクセスを行う。

【 0 0 1 6 】

このため、この情報資源へのアクセス状況を利用することにより、当該印刷物に関する調査及び／又は分析がより正確且つ簡単に行うことが可能となる。

【 0 0 1 7 】

また、上記目的を達成するために、本発明によるマーケティングリサーチに用いる印刷物は、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、当該印刷物には、アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ（WWW）上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするためのURL（Uniform Resource Locator）を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が

印刷されており、

上記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から上記URLが復元されて、上記読取装置に接続された上記アクセス装置により、当該復元されたURLに対応する上記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うマーケティングリサーチのために使用されることを特徴とする。

【 0 0 1 8 】

即ち、印刷物には、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像以外に、URLを符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されている。

【 0 0 1 9 】

従って、読者は、当該印刷物を読んだり見たりして興味を示した場合には、更に詳細な或いは深い情報を取得しようと試みるので、当然、当該印刷物に印刷されているその符号化画像を読取装置で読み取ってURLを復元し、このURLによって指定されるWWW上の情報資源へのアクセスを行う。

【 0 0 2 0 】

このため、この情報資源へのアクセス状況を利用することにより、当該印刷物に関する調査及び／又は分析がより正確且つ簡単に行うことが可能となる。

【 0 0 2 1 】

また、上記目的を達成するために、本発明によるマーケティングリサーチにおいて利用される情報資源は、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、当該印刷物には、アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ（WWW）上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするためのURL（Uniform Resource Locator）を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており、

上記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から上記URLが復元されて、上記読取装置に接続された上記アクセス

装置により、当該復元されたURLに対応する上記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うマーケティングリサーチにおいて利用される上記情報資源であって、

上記アクセス情報を蓄積するための蓄積手段を具備することを特徴とする。

【0022】

即ち、印刷物には、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像以外に、URLを符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されている。

【0023】

従って、読者は、当該印刷物を読んだり見たりして興味を示した場合には、更に詳細な或いは深い情報を取得しようと試みるので、当然、当該印刷物に印刷されているその符号化画像を読取装置で読み取ってURLを復元し、このURLによって指定されるWWW上の情報資源へのアクセスを行う。

【0024】

ここで、この情報資源は、このアクセス状況に関するアクセス情報を蓄積するための蓄積手段を具備しているので、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を簡単に行うことが可能となる。

【0025】

【発明の実施の形態】

以下、本発明の実施の形態を図面に基づいて詳細に説明するが、その前に、先ず本発明において好適に使用される光学的に読み取り可能な符号化画像の一例であるドットコードについて説明する。

【0026】

尚、本発明においては、このドットコード以外に、種々の1次元或いは2次元の符号化画像が適用可能であることは勿論である。

【0027】

図2は、そのドットコードの物理フォーマット構成を示したもので、本出願人によって、特開平6-231466号公報、又は同8-171620号公報とし

て提案されている。

【 0 0 2 8 】

即ち、そのドットコード 1 は、印刷物を構成する紙面上に、専用の読取装置で手動走査により光学的に読み取ることができるように印刷されている。

【 0 0 2 9 】

具体的には、ドットコード 1 は、複数個のブロック 2 が 2 次元に隣接配列されて構成されている。

【 0 0 3 0 】

そして、その各ブロック 2 は、記録すべき URL のキャラクタデータや音声等のデータの各ブロック毎に分割されたデータがその値である「1」又は「0」に対応した黒ドット又は白ドット（実際には紙面の地色である白色がそのまま白ドットとして読み取られる。）のドットイメージとして所定の 2 次元配列にて存在するデータドットパターン部 3 と、そのデータドットパターン部 3 内のドット（データドット 4）を読み取るための基準点を見つけるために使用される各ブロック 2 の四隅に配置された一定の黒の連続数を有するマーカ 5 と、上記複数の異なるブロックを読み取り時に識別できるようにマーカ 5 間に配置されたエラー検出又はエラー訂正符号を含むブロックアドレスパターン 6 と、から構成されている。

【 0 0 3 1 】

而して、このドットコード 1 によれば、全体の大きさが読取装置の撮像視野 7 より大きくても、換言すれば、当該ドットコード 1 を読取装置によってワンショットにて撮像することができなくとも、上記の各ブロック 2 に付与された各アドレスをブロック内に含まれるデータドット 4 と共にブロック単位で検出できさえすれば、各ブロックに含まれるデータから元の全体のデータを再構築することが可能となる。

【 0 0 3 2 】

従って、紙面に対する多量のデータ記録が現実的に可能になると共に、手動走査でも簡便に読み取れるようになる。

【 0 0 3 3 】

以下、本発明の実施の形態を図面を参照して説明する。

【 0 0 3 4 】

〔第 1 の実施の形態〕

図 1 の (A) は、本発明の第 1 の実施の形態に係るマーケティングリサーチ方法の適用されたシステムの構成を示す図である。

【 0 0 3 5 】

特定者乃至は不特定者である一般ユーザは、プロバイダ 1 0 を介してインターネットに接続可能なアクセス装置 2 0 としてのパーソナルコンピュータ (P C) と、該アクセス装置 2 0 にケーブルもしくはワイヤレスにて接続可能な上記ドットコード 1 を読み取るための読取装置 3 0 とを有している。

【 0 0 3 6 】

また、この一般ユーザには、広告主、新聞社、及び出版社などの発行者 4 0 によって発行されたパンフレットや新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、カタログ、チラシ、名刺、又は各種チケット、更には商品等を収容する箱等の印刷物 5 0 が配布され、或いは一般ユーザによって購入されている。この印刷物 5 0 上には、広告や記事といった一般ユーザが目視にて読み取りが可能な可読画像 5 1 と、それら各可読画像 5 1 に対応して (図では下方) 光学的に読み取り可能な符号化画像としての上記ドットコード 1 とが印刷されている。

【 0 0 3 7 】

発行者 4 0 は、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ (WWW) 上の上記印刷物 5 0 に係る情報資源を備える Web サーバ 4 1 と、各種データを蓄積すると共にその蓄積されたデータを何時でも引き出せるような状態に管理されているデータベースサーバ 4 2 とを備えている。ここで、上記 Web サーバ 4 1 は、上記印刷物 5 0 に印刷された各可読画像 5 1 に係る情報資源、例えばより詳細な広告や記事内容を持つ通常の或いは専用の Web ページ 4 1 A を実現するための CGI (Common Gateway Interface) プログラム 4 1 B が設けられている。

【 0 0 3 8 】

この CGI プログラムは、プロバイダ 1 0 を経由して一般ユーザのアクセス装

置 2 0 から送られてきた情報によって起動されるものである。

【 0 0 3 9 】

即ち、上記印刷物 5 0 に印刷されたドットコード 1 は、図 1 の ( B ) に示すように、上記アクセス装置 2 0 が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ ( WWW ) 上の当該印刷物 5 0 に係る情報資源を指定してアクセスするための URL ( Uniform Resource Locator ) が符号化処理され記録されているものであり、同図において、URL の前半部分 ( <http://www.abcdef.co.jp/cgi-bin/Research/> ) が上記 CGI プログラム 4 1 B の実行プログラム名に対応している。

そして、上記 URL の後半部分に羅列されているのは、パラメータデータとして上記 CGI プログラム 4 1 B に渡される ID ( Identification ) 情報である。この ID 情報としては、例えば、同図に示すように、当該印刷物 5 0 の名称 ( Name ) 、当該印刷物 5 0 の種類 ( Type ) 、配布地域 ( Area ) 、どの広告や記事であるかを示す配布目的 ( Purpose ) 、その他配布日時等を含む。

【 0 0 4 0 】

而して、一般ユーザは、上記印刷物 5 0 を読んだり見たりして、広告や記事等の可読画像 5 1 に興味を示した場合には、更にその可読画像 5 1 について詳細な或いは深い情報を取得しようと試みるので、当然、当該印刷物 5 0 に印刷されているその符号化画像であるドットコード 1 を読取装置 3 0 でスキャンする。これにより、読取装置 3 0 は、ドットコード 1 に符号化されて記録されている上記 URL を読み取って復元する。この復元された URL は、その読取装置 3 0 に接続されたアクセス装置 2 0 に入力され、該アクセス装置 2 0 は、その URL に従って、対応する Web サーバ 4 1 にプロバイダ 1 0 を経由してアクセスする。

【 0 0 4 1 】

Web サーバ 4 1 では、上記プロバイダ 1 0 から送られてきた情報によって CGI プログラム 4 1 B が起動し、この CGI プログラム 4 1 B は上記ドットコード 1 に記録されている ID 情報を取り込む。更に、この CGI プログラム 4 1 B は、そのアクセスされた時のカウント数、アクセスされた時間、アクセス者の地域情報等のアクセス者固有のアクセス者に関する情報、等を得て、それらの情報をデータベースサーバ 4 2 に蓄積していく。



## 【 0 0 4 2 】

またこれと共に、C G I プログラム 4 1 B は、上記印刷物 5 0 上のドットコード 1 をスキャンした一般ユーザに対して、専用或いは汎用の W e b ページ 4 1 A を送り返す。

## 【 0 0 4 3 】

そして、発行者 4 0 は、上記データベースサーバ 4 2 に蓄積された当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報（当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報）を利用して、当該印刷物 5 0 に関する調査及び／又は分析を行う。そして、その分析結果を次に作成する印刷物 5 0 にフィードバックする。即ち、パンフレットや新聞の広告内容自体や、記事のどの部分に広告を載せれば一般ユーザがより関心を持つかという情報を基に、新たに印刷物を作成することができる。

## 【 0 0 4 4 】

図 3 の（A）は、広告主や新聞社、出版社などの発行者 4 0 がデータベースサーバ 4 2 に蓄積されたデータを基に作成したリサーチ結果の例を示す図であり、或る商品についての宣伝広告に関する関心度の調査結果の表である。この例では、縦軸には各広告を載せた印刷物 5 0 の種類が、横軸には各地域毎のアクセス数及びアクセス時間帯等が示されており、このような調査結果表がデータベースサーバ 4 2 から各商品それぞれについて自由に取り出せるようになっている。

## 【 0 0 4 5 】

従って、例えば、新聞や雑誌等に掲載する広告の広告料を先ず無料にしておいて、その後の当該広告に対するアクセス者のアクセス状況を上記した方法で調査し、その調査結果によって、アクセス数が所定件数以上有った場合には、所定の広告料をその広告を掲載した新聞や雑誌等の発行者が広告主に対して請求できるといった新たなビジネスモデルを構築することも可能となる。

## 【 0 0 4 6 】

即ち、発行者は、新聞や雑誌等に掲載したその広告に対する注目度や反響度を極力反映させた形で、その相応の対価を受け取ることができるようになる。

## 【 0 0 4 7 】

また、図 3 の (B) は、発行者 4 0 が新聞社であり、印刷物 5 0 が新聞で、可読画像 5 1 が新聞記事である場合の関心度調査結果の例を示している。この場合は、縦軸に各記事の内容、横軸にその記事がどれだけ関心を持たれてアクセスされたかを示す情報が記載されている。

【 0 0 4 8 】

〔第 2 の実施の形態〕

次に、本発明の第 2 の実施の形態を説明する。

【 0 0 4 9 】

本第 2 の実施の形態においては、印刷物 5 0 に印刷される光学的に読み取り可能な符号化画像としてのドットコード 1 は、上記第 1 の実施の形態におけるような URL に加えて、図 3 の (C) に示すように、更に音声データを符号化処理して記録するようにしたものである。

【 0 0 5 0 】

このようなドットコード 1 とすることにより、該ドットコード 1 を読取装置 3 0 でスキャンすることで上記第 1 の実施の形態と同様に情報資源 (Web ページ) にアクセスすることができ、しかもその際、例えば「…の Web ページに接続します」等、URL を朗読するような音声を読取装置 3 0 から再生出力することができる。

【 0 0 5 1 】

なお、ここで、印刷物 5 0 がパンフレットであれば、情報資源 (Web ページ) は、パンフレット発行者によるものである。また、アクセス情報は、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報である。なお、ドットコード 1 に記録される URL 中の ID 情報は、有っても無くても良いが、有ったほうが好ましい。その場合、ID 情報は、パンフレットの名称 (種類)、パンフレットの配布日、パンフレットの配布地域、パンフレットの配布目的等その他のものであっても良い。

【 0 0 5 2 】

また、印刷物 5 0 が新聞であった場合は、情報資源 (Web ページ) は、新聞社によるものである。ここでのアクセス情報は、各記事毎の、当該情報資源への

アクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報であり、新聞社側は、その各記事毎にデータを集計して調査及び／又は分析が可能となる。なお、ドットコード1に記録されるURL中のID情報は、新聞名称と、新聞発行日（朝刊または夕刊の識別可）と、新聞の配布地域と、各記事を識別できる情報とであり、また、その他のものでも良い。

## 【 0 0 5 3 】

また、印刷物50が新聞又は雑誌であった場合、情報資源（Webページ）は、新聞又は雑誌に広告を掲載している広告主によるものであっても良い。この場合は、アクセス情報は、各広告毎の、そして各広告を掲載している各新聞又は雑誌毎の、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報である。そして、広告主側は、各広告毎に、また各広告を掲載している新聞又は雑誌毎にデータを集計して調査及び／又は分析が可能となる。なお、ドットコード1に記録されるURL中のID情報は、新聞又は雑誌名称と、新聞又は雑誌の発行日（朝刊または夕刊の識別可）と、新聞又は雑誌の配布地域と、各広告を識別できる情報とであり、また、その他のものでも良い。

## 【 0 0 5 4 】

また、ここで、例えば、ある商品についての広告を、上記URLを含む符号化画像と共に新聞や雑誌に載せる場合、そのURLに対応する情報資源としては、上記したようにその新聞雑誌社（発行者）側の情報資源やその商品のメーカ（広告主）側の情報資源とする以外に、その広告を手掛けた広告代理店側の情報資源とすることも可能である。

## 【 0 0 5 5 】

こうすることにより、その広告代理店は、一般ユーザの紙面広告への接触率情報をダイレクトに分析して、次なる広告にその分析結果を効率的且つ効果的に反映させることができるようになるため、広告代理店としての付加価値をより一層増すことができる。

## 【 0 0 5 6 】

その広告代理店の情報資源については、例えば、一般ユーザのアクセス装置と発行者や広告主の情報資源との間に介在させ、一般ユーザが、この広告代理店の

情報資源を常に経由して発行者や広告主の情報資源にアクセスするように構築しておくことが可能である。

【 0 0 5 7 】

この場合、そのアクセス情報については広告代理店の情報資源においてのみ蓄積され、またその商品に関する Web ページ情報についてはその発行者や広告主の情報資源からのみ提供されるように構成しておくことができる。

【 0 0 5 8 】

こうすることで、発行者や広告主は、その商品に関するマーケティングリサーチをその広告代理店に任せられる一方、その広告代理店は、自己の情報資源において蓄積されたアクセス情報を整理、分析してその広告主側に纏めて提供することにより、新たなサービスを事業展開することができるようになる。

【 0 0 5 9 】

ここで、その提供されるアクセス情報には、例えば、アクセス者側が持っているドットコード読取装置もしくはその読み取りのためのデコードソフトウェアに予め付随させた、年齢、性別、職業等のそのアクセス者に関する固有の情報を含ませることができる。

【 0 0 6 0 】

即ち、この場合、アクセス者がドットコードをその読取装置で読み取って、対応する広告代理店の情報資源にアクセスしたときに、その情報資源に対して、その読取装置やデコードソフトウェアに付随した上記のアクセス者に関する固有のアクセス情報をも併せて送信することにより、広告代理店側は簡単にそのアクセス情報を入手することができる。

【 0 0 6 1 】

また、ドットコード 1 には、上記のような音声データではなく、URL を示す画像データやテキストデータ等であっても良いことは勿論である。その場合は、アクセス装置 2 0 である PC のモニタ上に、その再生された画像又はテキストが表示されることになる。

【 0 0 6 2 】

さらに、ドットコード 1 に符号化して記録するデータは、URL を朗読するよ

うな音声或いはURLを示す画像やテキストに限るものではない。

【 0 0 6 3 】

例えば、印刷物50として、図4の(A)に示すような音楽雑誌を考えた場合、可読画像51としての各CDジャケット写真に対応させてドットコード1を記録しておき、そのドットコード1には、図4の(B)に示すように、その対応するCDに収録されている楽曲の一部を符号化処理して記録しておくことができる。

【 0 0 6 4 】

このようにすれば、一般ユーザは、関心を持ったCDに対応するドットコード1を読取装置30でスキャンすることで、そのCDに収録された楽曲の例えばイントロ部分やサビの部分を読取装置30によって聞くことができる。

【 0 0 6 5 】

このとき、上記第1の実施の形態と同様に、アクセス装置20により上記音楽雑誌の発行者40による情報資源(Webページ41A)にアクセスして、より詳細な又は深い情報を取り出すことができる。

【 0 0 6 6 】

また、発行者40側では、上記第1の実施の形態と同様にCGIプログラム41Bが起動して、アクセス情報をデータベースサーバ42に蓄積していくので、どのCDがより一般ユーザに関心をもたれているのかという情報を発行者40側が把握できる。即ち、図4の(C)に示すようなCD関心度ランキング等のリサーチ結果を得ることができる。また、CGIプログラム41Bは、データベースサーバ42を使って、このようなランキング表のデータを、Webページ41Aに載せることで、一般ユーザにも閲覧させることができる。

【 0 0 6 7 】

また、現在、CDの販売店の店頭においては、CDの試聴が行えるようになっているが、実際のCDジャケットとドットコード1とを対応させて陳列しておき、来店した顧客が読取装置30で所望のドットコード1をスキャンすることで読取装置30にて試聴するようにすることもできる。その場合、ドットコード1中のURLのID情報における地域情報として、CD販売店を特定する情報を記録

しておくようにすれば、各ＣＤ販売店毎の関心度ランキングなどもリサーチすることが可能となる。

【 0 0 6 8 】

〔第 3 の実施の形態〕

次に、本発明の第 3 の実施の形態を説明する。

【 0 0 6 9 】

本第 3 の実施の形態においては、印刷物 5 0 に印刷される光学的に読み取り可能な符号化画像としてのドットコード 1 に、図 5 の（Ａ）に示すように、上記第 2 の実施の形態におけるような URL と音声データに加えて、更に、ブラウザの起動プログラムに関する情報が記録されているものである。

【 0 0 7 0 】

即ち、このようなドットコード 1 を読取装置 3 0 でスキャンすると、図 5 の（Ｂ）に示すように、アクセス装置 2 0 としての PC に常駐してバックグラウンドで動作している監視プログラム 2 0 A は、上記読取装置 3 0 で得られたブラウザ起動プログラム 1 A と URL 1 B とを取り込む。そして、この監視プログラム 2 0 A は、上記取り込んだブラウザ起動プログラム 1 A により、当該 PC にインストールされている複数の Web ブラウザ（この例では、Web ブラウザ 2 0 B 1, 2 0 B 2, 2 0 B 3 の 3 つ）の内の何れを起動するかを判断して、対応する Web ブラウザを起動する。即ち、URL 1 B で示されている Web ページの中に、例えば Java アプレット等が入っていた場合には、それを再生できる Web ブラウザでなければならないので、そういった内容に応じてどの Web ブラウザを立ち上げるのかということを、印刷物 5 0 を発行する出版社や広告主等の発行者 4 0 側で制御することができる。

【 0 0 7 1 】

図 5 の（Ｃ）は、本実施の形態における手順を示すフローチャートである。

【 0 0 7 2 】

即ち、新聞広告等から URL データが記録されたドットコード 1 を一般ユーザが読取装置 3 0 でスキャンすると（ステップ S 1）、一般ユーザのアクセス装置 2 0 で、そのドットコード 1 に記録されたブラウザ起動プログラム 1 A に従った

Webブラウザが起動し、ドットコード1から復元したURLがプロバイダ10経由で目的のWebサーバ41に送信され、CGIプログラム41Bが起動する(ステップS2)。この起動されたCGIプログラム41Bは、クライアントつまりスキャンした一般ユーザに対して広告内容のWebページ(専用又は汎用)を送信する(ステップS3)。これと同時に、Webサーバ41では、CGIプログラム41B内に取り込んだID情報とデータベースサーバ42上に蓄積されているデータ等を基に統計処理を行い(ステップS4)、広告主がその統計結果を分析し、広告地域及び広告媒体を再考したり、或いは記事の内容を再考する(ステップS5)。

## 【0073】

また、印刷物50がパンフレットであった場合は、情報資源(Webページ)は、パンフレット発行者によるものである。ここでのアクセス情報は、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報である。なお、ドットコード1に記録されるURL中のID情報は、有っても無くても良いが、有った方が好ましい。その場合、ID情報は、パンフレットの名称(種類)、パンフレットの配布日、パンフレットの配布地域、パンフレットの配布目的等その他のものであっても良い。

## 【0074】

尚、ドットコード1には、上記したブラウザの起動用プログラム以外に、例えば、文章作成用ソフトの起動用プログラムや表計算用ソフトの起動用プログラム等、その他のアプリケーションソフトの起動用プログラムを含ませておいても勿論良い。

## 【0075】

また、このように起動用プログラムを直接コードに含ませておく以外に、例えば、それらのアプリケーションソフトを起動させるためのトリガ情報としての拡張子を含むファイル名等を、起動用プログラムに関する情報としてコードに含ませておくこともできる。

## 【0076】

以上実施の形態に基づいて本発明を説明したが、本発明は上述した実施の形態

に限定されるものではなく、本発明の要旨の範囲内で種々の変形や応用が可能である。

## 【 0 0 7 7 】

即ち、例えば、上記各実施の形態においては、アクセス装置として P C を用いていたが、携帯電話や P D A (Personal Data Assistants) 等のその他の装置を用いても勿論良い。この場合、上記した読取装置と、携帯電話や P D A とを一つの筐体内に一体化して構成しておくことができる。

## 【 0 0 7 8 】

ここで、本発明の要旨をまとめると以下のようになる。

## 【 0 0 7 9 】

(1) 文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、当該印刷物には、アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするための U R L を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており、

上記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から上記 U R L が復元されて、上記読取装置に接続された上記アクセス装置により、当該復元された U R L に対応する上記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うことを特徴とするマーケティングリサーチ方法。

## 【 0 0 8 0 】

即ち、印刷物には、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像以外に、U R L を符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されている。

## 【 0 0 8 1 】

従って、読者は、当該印刷物を読んだり見たりして興味を示した場合には、更に詳細な或いは深い情報を取得しようと試みるので、当然、当該印刷物に印刷されているその符号化画像を読取装置で読み取って U R L を復元し、この U R L に



よって指定されるWWW上の情報資源へのアクセスを行う。

【 0 0 8 2 】

このため、この情報資源へのアクセス状況を利用することにより、当該印刷物に関する調査及び／又は分析がより正確且つ簡単に行うことが可能となる。

【 0 0 8 3 】

尚、このようにURLを符号化画像化して印刷物に印刷する場合、誤り訂正符号化技術によりそのURLのキャラクタデータの信頼性を簡単に向上させることが可能になるので、単純にURLの文字列そのものをOCR (Optical Character Reader) で光学的に読み取ってWWW上の情報資源へアクセスを行う場合に比べてURLをより正確に読み取ることができ、その結果、特に、印刷物を構成する紙等の材質の選択の幅が広がり、配布物としての印刷物に好適に使用できるという長所が有る。

【 0 0 8 4 】

(2) 上記符号化画像から復元された上記URLに対応する上記情報資源は、上記印刷物に関する調査及び／又は分析を行うための情報資源であることを特徴とする(1)に記載のマーケティングリサーチ方法。

【 0 0 8 5 】

即ち、通常の情報資源とは別に、印刷物に関するマーケティングリサーチのための情報資源を設けているので、後の、印刷物に関する調査及び／又は分析のための各種集計等の作業を簡単且つ効率的に行える。

【 0 0 8 6 】

(3) 上記URLは、上記印刷物を識別するためのID情報を含むことを特徴とする(1)又は(2)に記載のマーケティングリサーチ方法。

【 0 0 8 7 】

即ち、URLには印刷物を識別するためのID情報が含まれているので、印刷物に関する調査及び／又は分析を行うにあたって、自動的にその印刷物の選別を行うことが可能となり、各種集計等の作業が簡単且つ効率的に行える。

【 0 0 8 8 】

(4) 上記ID情報は、上記印刷物の名称、上記印刷物の種類、上記印刷物

の配布地域、上記印刷物の配布日、及び上記印刷物の配布目的の内の少なくとも一つを識別可能な情報を含むことを特徴とする（３）に記載のマーケティングリサーチ方法。

【 0 0 8 9 】

即ち、ID情報は、印刷物の名称、印刷物の種類、印刷物の配布地域、上記印刷物の配布日、又は印刷物の配布目的の少なくとも一つを識別可能な情報を含むので、更に、印刷物に関する調査及び／又は分析のための各種集計等の作業が簡単且つ効率的に行える。

【 0 0 9 0 】

（５） 上記符号化画像は、更に、上記アクセス装置に対してブラウザを起動させるためのブラウザ起動用プログラムに関する情報を含むことを特徴とする（１）に記載のマーケティングリサーチ方法。

【 0 0 9 1 】

即ち、符号化画像は、更に、アクセス装置に対してブラウザを起動させるためのブラウザ起動用プログラムに関する情報を含むので、アクセス者は、ブラウザを立ち上げていなくても、符号化画像を読み取るだけで即座に情報資源にアクセスすることができる。

【 0 0 9 2 】

（６） 上記印刷物が、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カタログ、チラシ、名刺、又は各種チケットであることを特徴とする（１）に記載のマーケティングリサーチ方法。

【 0 0 9 3 】

即ち、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カタログ、チラシ、名刺、又は各種チケット等、種々の印刷物について、その注目度や反響度等の調査及び／又は分析が行える。

【 0 0 9 4 】

（７） 上記印刷物が複数の記事又は広告を掲載したものであり、上記符号化画像が、当該印刷物に掲載された各記事又は各広告毎にそれぞれ印刷されているとき、

当該各符号化画像に含まれる各URLは、この各記事又は各広告を識別するためのID情報を含むことを特徴とする（１）に記載のマーケティングリサーチ方法。

【 0 0 9 5 】

即ち、印刷物が複数の記事又は広告を掲載したものであり、符号化画像が、当該印刷物に掲載された各記事又は各広告毎にそれぞれ印刷されているとき、当該各符号化画像に含まれる各URLは、この各記事又は各広告を識別するためのID情報を含むので、各記事又は各広告毎にその注目度や反響度等の調査及び／又は分析を簡単に行える。

【 0 0 9 6 】

（８） 上記情報資源は、上記印刷物の発行者に係る情報資源であることを特徴とする（１）に記載のマーケティングリサーチ方法。

【 0 0 9 7 】

即ち、情報資源は、印刷物の発行者に係る情報資源であるので、印刷物発行者は、自己の印刷物に関する注目度や反響度等の調査及び／又は分析が簡単に行える。

【 0 0 9 8 】

（９） 上記印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、上記符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されているとき、

上記情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であることを特徴とする（１）に記載のマーケティングリサーチ方法。

【 0 0 9 9 】

即ち、印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されているとき、情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であるので、広告主は、異なる印刷物に記載されたそれぞれの広告間における注目度や反響度等の違いを簡単に調査及び／又は分析できる。

【 0 1 0 0 】

(10) 上記情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報であることを特徴とする(1)に記載のマーケティングリサーチ方法。

【0101】

即ち、情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報であるので、多面的な観点から印刷物に関する注目度や反響度等の調査及び／又は分析を簡単に行える。

【0102】

(11) 上記符号化画像は、更に、上記URL以外に、音声、映像、又はテキストの内の少なくとも一つに係る情報を含むことを特徴とする(1)に記載のマーケティングリサーチ方法。

【0103】

即ち、符号化画像は、更に、URL以外に、音声、映像、又はテキストのうちの少なくとも一つに係る情報を含むので、アクセス者は、符号化画像を読み取った時点で、例えば、当該URLを確認できるような音声情報やテキスト情報等も直ちに得ることができ、符号化画像を読み取ることの別の面での楽しさを享受することができる。

【0104】

(12) 文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、

アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするためのURLを符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており、

上記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から上記URLが復元されて、上記読取装置に接続された上記アクセス装置により、当該復元されたURLに対応する上記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うマーケティングリサーチのために使用さ

れることを特徴とするマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【 0 1 0 5 】

即ち、印刷物には、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像以外に、URLを符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されている。

【 0 1 0 6 】

従って、読者は、当該印刷物を読んだり見たりして興味を示した場合には、更に詳細な或いは深い情報を取得しようと試みるので、当然、当該印刷物に印刷されているその符号化画像を読取装置で読み取ってURLを復元し、このURLによって指定されるWWW上の情報資源へのアクセスを行う。

【 0 1 0 7 】

このため、この情報資源へのアクセス状況を利用することにより、当該印刷物に関する調査及び／又は分析がより正確且つ簡単に行うことが可能となる。

【 0 1 0 8 】

尚、このようにURLを符号化画像化して印刷物に印刷する場合、誤り訂正符号化技術によりそのURLのキャラクタデータの信頼性を簡単に向上させることが可能になるので、単純にURLの文字列そのものをOCRで光学的に読み取ってWWW上の情報資源へアクセスを行う場合に比べてURLをより正確に読み取ることができ、その結果、特に、印刷物を構成する紙等の材質の選択の幅が広がり、配布物としての印刷物に好適に使用できるという長所が有る。

【 0 1 0 9 】

( 1 3 ) 上記符号化画像から復元された上記URLに対応する上記情報資源は、上記印刷物に関する調査及び／又は分析を行うための情報資源であることを特徴とする( 1 2 )に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【 0 1 1 0 】

即ち、通常の情報資源とは別に、印刷物に関するマーケティングリサーチのための情報資源を設けているので、後の、印刷物に関する調査及び／又は分析のための各種集計等の作業を簡単且つ効率的に行える。

【 0 1 1 1 】

(14) 上記URLは、上記印刷物を識別するためのID情報を含むことを特徴とする(12)又は(13)に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0112】

即ち、URLには印刷物を識別するためのID情報が含まれているので、印刷物に関する調査及び／又は分析を行うにあたって、自動的にその印刷物の選別を行うことが可能となり、各種集計等の作業が簡単且つ効率的に行える。

【0113】

(15) 上記ID情報は、上記印刷物の名称、上記印刷物の種類、上記印刷物の配布地域、上記印刷物の配布日、及び上記印刷物の配布目的の内の少なくとも一つを識別可能な情報を含むことを特徴とする(14)に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0114】

即ち、ID情報は、印刷物の名称、印刷物の種類、印刷物の配布地域、上記印刷物の配布日、又は印刷物の配布目的の少なくとも一つを識別可能な情報を含むので、更に、印刷物に関する調査及び／又は分析のための各種集計等の作業が簡単且つ効率的に行える。

【0115】

(16) 上記符号化画像は、更に、上記アクセス装置に対してブラウザを起動させるためのブラウザ起動用プログラムに関する情報を含むことを特徴とする(12)に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0116】

即ち、符号化画像は、更に、アクセス装置に対してブラウザを起動させるためのブラウザ起動用プログラムに関する情報を含むので、アクセス者は、ブラウザを立ち上げていなくても、符号化画像を読み取るだけで即座に情報資源にアクセスすることができる。

【0117】

(17) 上記印刷物が、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カタログ、チラシ、名刺、又は各種チケットであることを特徴とする(12)に記

載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0118】

即ち、新聞、雑誌、書籍、各種会員誌、パンフレット、カタログ、チラシ、名刺、又は各種チケット等、種々の印刷物について、その注目度や反響度等の調査及び／又は分析が行える。

【0119】

(18) 上記印刷物が複数の記事又は広告を掲載したものであり、上記符号化画像が、当該印刷物に掲載された各記事又は各広告毎にそれぞれ印刷されているとき、

当該各符号化画像に含まれる各URLは、更に、この各記事又は各広告を識別するためのID情報を含むことを特徴とする(12)に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0120】

即ち、印刷物が複数の記事又は広告を掲載したものであり、符号化画像が、当該印刷物に掲載された各記事又は各広告毎にそれぞれ印刷されているとき、当該各符号化画像に含まれる各URLは、この各記事又は各広告を識別するためのID情報を含むので、各記事又は各広告毎にその注目度や反響度等の調査及び／又は分析を簡単に行える。

【0121】

(19) 上記情報資源は、上記印刷物の発行者に係る情報資源であることを特徴とする(12)に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0122】

即ち、情報資源は、印刷物の発行者に係る情報資源であるので、印刷物発行者は、自己の印刷物に関する注目度や反響度等の調査及び／又は分析が簡単に行える。

【0123】

(20) 上記印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、上記符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されているとき、

上記情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であることを特徴とする（12）に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0124】

即ち、印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されているとき、情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であるので、広告主は、例えば異なる印刷物に記載されたそれぞれの広告間における注目度や反響度等の違いを簡単に調査及び／又は分析できる。

【0125】

（21） 上記情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報であることを特徴とする（12）に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0126】

即ち、情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報であるので、多面的な観点から印刷物に関する注目度や反響度等の調査及び／又は分析を簡単に行える。

【0127】

（22） 上記符号化画像は、更に、上記URL以外に、音声、映像、又はテキストの内の少なくとも一つに係る情報を含むことを特徴とする（12）に記載のマーケティングリサーチに用いる印刷物。

【0128】

即ち、符号化画像は、更に、URL以外に、音声、映像、又はテキストのうちの少なくとも一つに係る情報を含むので、アクセス者は、符号化画像を読み取った時点で、例えば、当該URLを確認できるような音声情報やテキスト情報等も直ちに得ることができ、符号化画像を読み取ることの別の面での楽しさを享受することができる。

【0129】

（23） 文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷され



た特定者乃至は不特定者に配布される印刷物であって、当該印刷物には、アクセス装置が、インターネットに接続されたワールドワイドウェブ上の当該印刷物に係る情報資源を指定してアクセスするためのURLを符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されており、

上記符号化画像が読取装置によって光学的に読み取られ、この読み取られた符号化画像から上記URLが復元されて、上記読取装置に接続された上記アクセス装置により、当該復元されたURLに対応する上記情報資源がアクセスされたときの、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行うマーケティングリサーチにおいて利用される上記情報資源であって、

上記アクセス情報を蓄積するための蓄積手段を具備することを特徴とする情報資源。

【 0 1 3 0 】

即ち、印刷物には、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像以外に、URLを符号化処理して得られる光学的に読み取り可能な符号化画像が印刷されている。

【 0 1 3 1 】

従って、読者は、当該印刷物を読んだり見たりして興味を示した場合には、更に詳細な或いは深い情報を取得しようと試みるので、当然、当該印刷物に印刷されているその符号化画像を読取装置で読み取ってURLを復元し、このURLによって指定されるWWW上の情報資源へのアクセスを行う。

【 0 1 3 2 】

ここで、この情報資源は、このアクセス状況に関するアクセス情報を蓄積するための蓄積手段を具備しているので、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を簡単に行うことが可能となる。

【 0 1 3 3 】

( 2 4 ) 上記情報資源は、上記印刷物の発行者に係る情報資源であることを特徴とする ( 2 3 ) に記載の情報資源。

【 0 1 3 4 】

即ち、情報資源は、印刷物の発行者に係る情報資源であるので、印刷物発行者は、自己の印刷物に関する注目度や反響度等の調査及び／又は分析が簡単に行える。

【 0 1 3 5 】

( 2 5 ) 上記印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、上記符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されているとき、上記情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であることを特徴とする ( 2 3 ) に記載の情報資源。

【 0 1 3 6 】

即ち、印刷物が、同一内容の広告を掲載した異なる複数種の印刷物であり、符号化画像が、当該複数種の印刷物毎の各広告に対応して印刷されているとき、情報資源は、当該広告の広告主に係る情報資源であるので、広告主は、異なる印刷物に記載されたそれぞれの広告間における注目度や反響度等の違いを簡単に調査及び／又は分析できる。

【 0 1 3 7 】

( 2 6 ) 上記アクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報であることを特徴とする ( 2 3 ) に記載の情報資源。

【 0 1 3 8 】

即ち、情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報が、当該情報資源へのアクセス数、アクセス日時、又はアクセス者に関する情報であるので、多面的な観点から印刷物に関する注目度や反響度等の調査及び／又は分析を簡単に行える。

【 0 1 3 9 】

【発明の効果】

以上詳述したように、本発明によれば、文字や写真画像等の目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物に関する注目度や反響度等について、より正確にそして簡単に調査及び／又は分析を行うことができるマーケティングリサーチ方法、及びそれに用いる印刷物、並びに

そのマーケティングリサーチにおいて利用される情報資源を提供することができる。

【図面の簡単な説明】

【図 1】

(A) は本発明の第 1 の実施の形態に係るマーケティングリサーチ方法の適用されたシステムの構成を示す図であり、(B) は第 1 の実施の形態におけるドットコードの内容を説明するための図である。

【図 2】

本発明において好適に使用される光学的に読み取り可能な符号化画像の一例であるドットコードの物理フォーマット構成を示す図である。

【図 3】

(A) 及び (B) はそれぞれ第 1 の実施の形態で得られるリサーチ結果の例を示す図であり、(C) は本発明の第 2 の実施の形態におけるドットコードの内容を説明するための図である。

【図 4】

(A) は第 2 の実施の形態における印刷物の例を示す図、(B) は第 2 の実施の形態の変形例におけるドットコードの内容を説明するための図であり、(C) は第 2 の実施の形態の変形例で得られるリサーチ結果の例を示す図である。

【図 5】

(A) は本発明の第 3 の実施の形態におけるドットコードの内容を説明するための図、(B) は第 3 の実施の形態におけるドットコードをスキャンしたときのアクセス装置の動作を説明するための図であり、(C) は第 3 の実施の形態の手順を説明するためのフローチャートである。

【符号の説明】

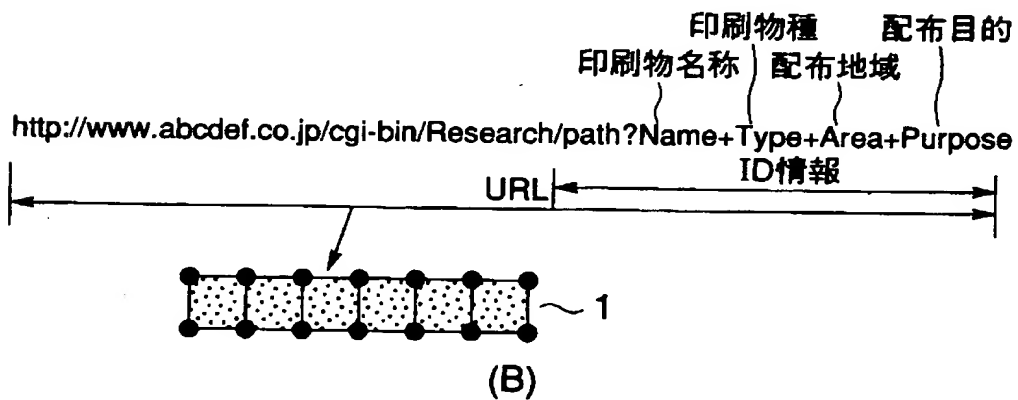
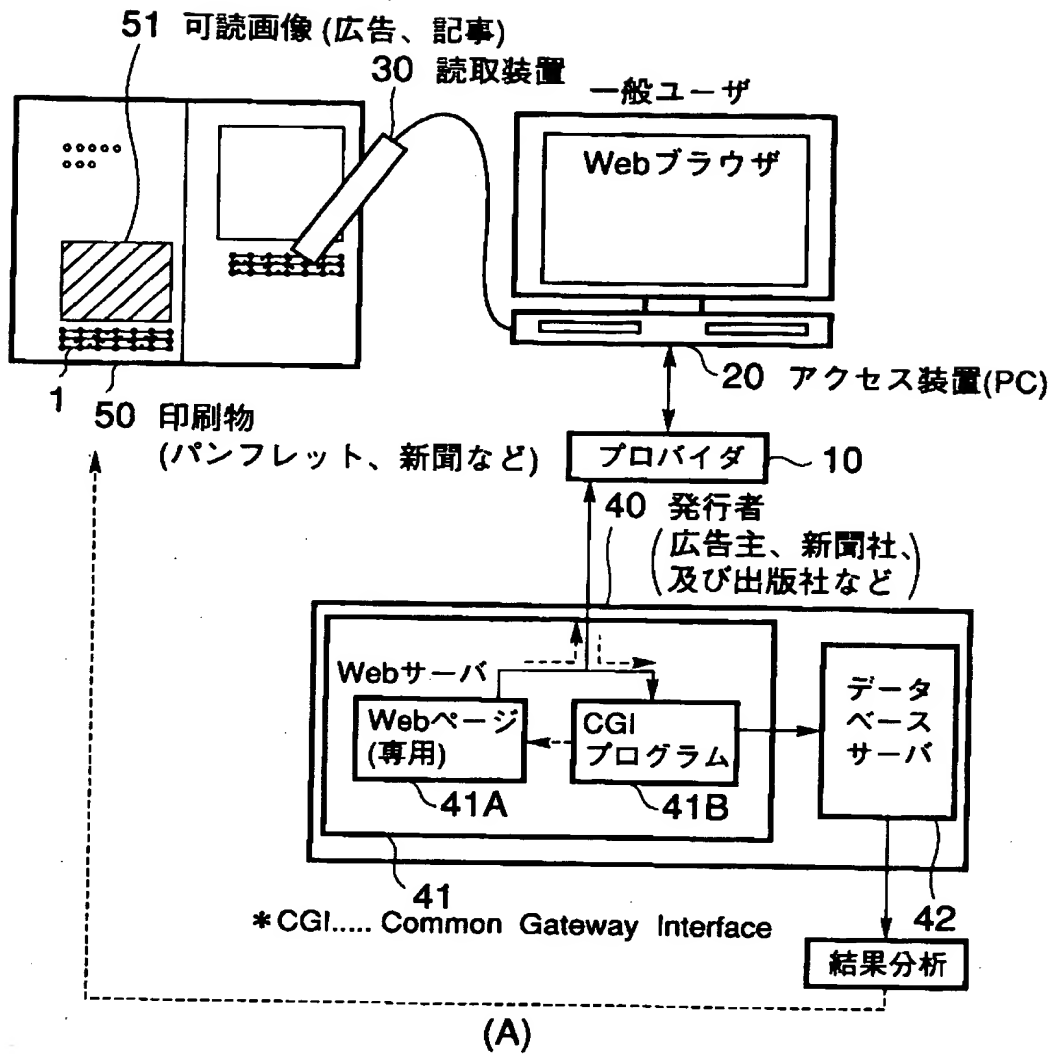
- 1           ドットコード
- 1 A        ブラウザ起動プログラム
- 1 B        URL
- 1 0        プロバイダ
- 2 0        アクセス装置

2 0 A      監視プログラム  
2 0 B 1 , 2 0 B 2 , 2 0 B 3      W e b ブラウザ  
3 0      読取装置  
4 0      発行者  
4 1      W e b サーバ  
4 1 A      W e b ページ  
4 1 B      C G I プログラム  
4 2      データベースサーバ  
5 0      印刷物  
5 1      可読画像

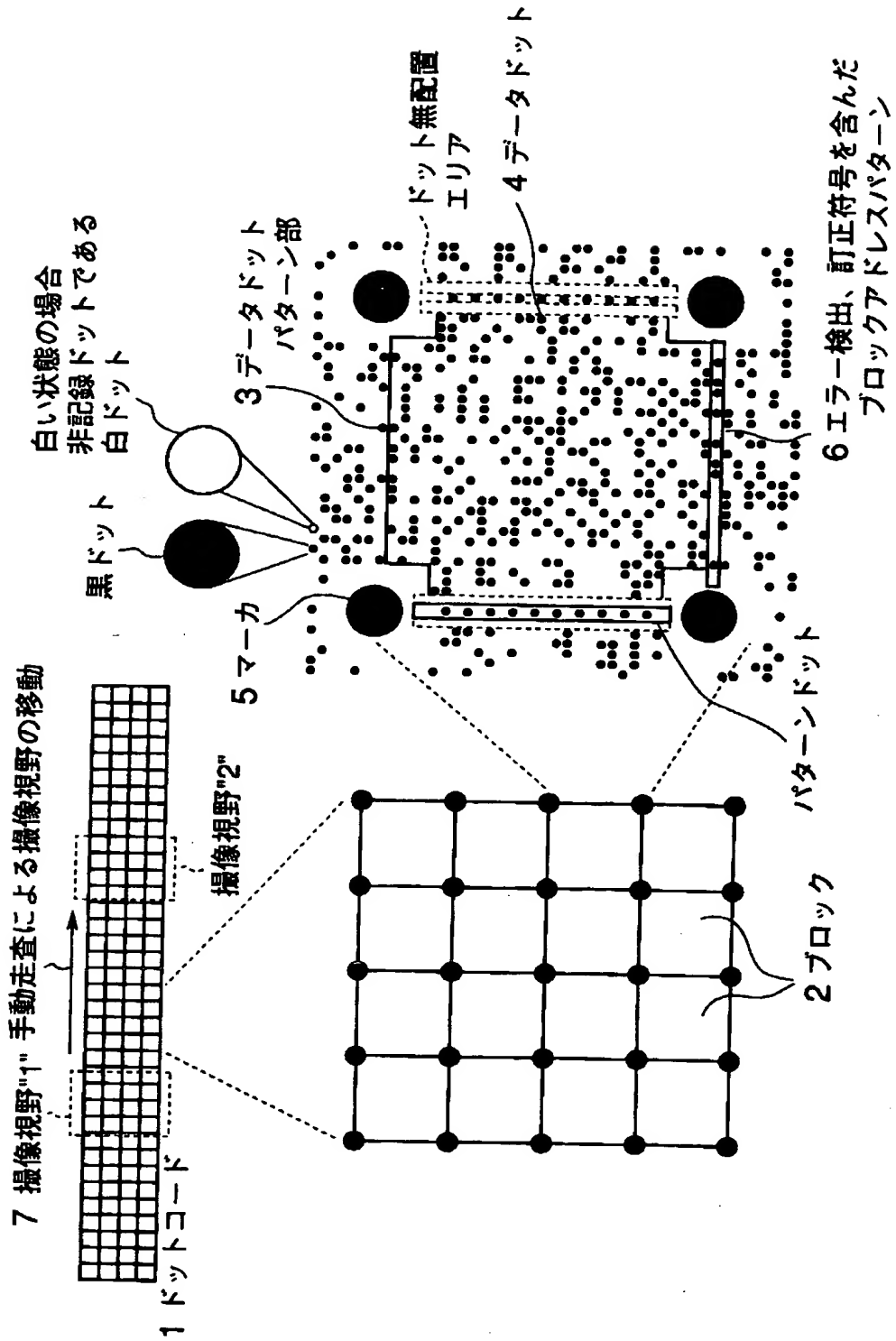
【書類名】

図面

【図 1】



【図2】



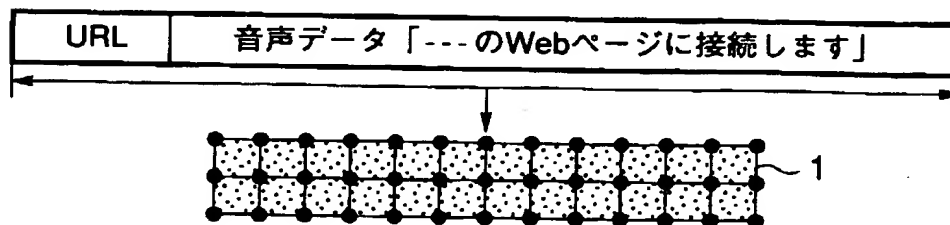
【図3】

商品Cの宣伝広告に関する関心度調査結果 12月									
商品Bの宣伝広告に関する関心度調査結果 12月									
商品Aの宣伝広告に関する関心度調査結果 12月									
	東京			神奈川					
	アクセス数	AM	PM	アクセス数					
A新聞(朝)	1000	300	700	600			300	550	
B新聞(夕)	300	55	245	500			600	400	
---	---						---	---	
週刊誌C	00	---	---	100			150	40	
週刊誌D	3000	---	---	50			10	30	
---	---						---	---	
月刊誌E	50			8			2	5	
月刊誌F	70			20			90	7	
---	---			---			---	---	

(A)

朝刊 1999年12月20日の関心度調査結果 (A新聞)									
朝刊 1999年12月21日の関心度調査結果 (A新聞)									
	東京			神奈川					
	アクセス数	AM	PM	アクセス数	AM	PM			
1面 記事1	600	50	550	200					---
1面 記事2	800	20	780	100					---
---	---			---					---
2面 記事1	500			450					---
2面 記事2	100			10					---
---	---			---					---
3面 記事1	8			3					---
3面 記事2	20			0					---
---	---			---					---

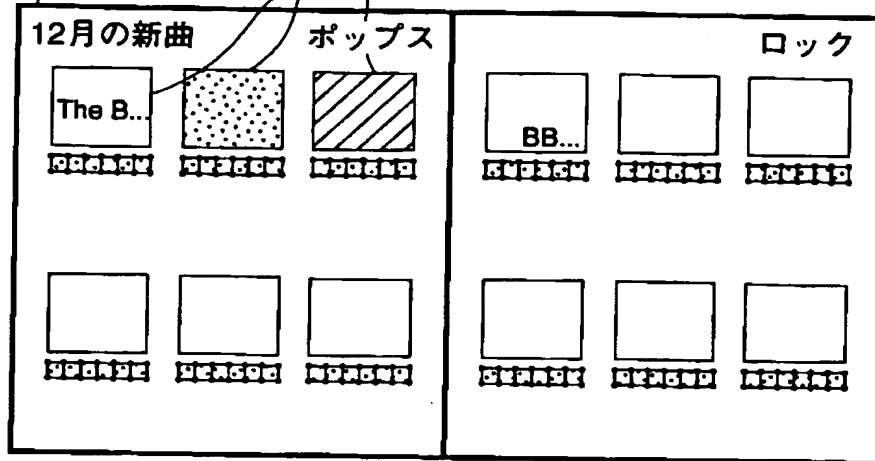
(B)



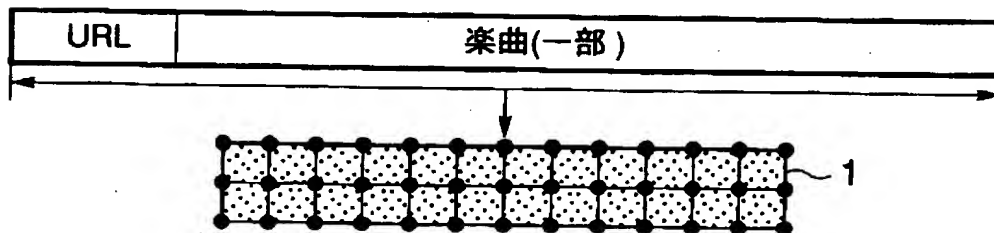
(C)

【図4】

50 印刷物(音楽雑誌) CDジャケット



(A)



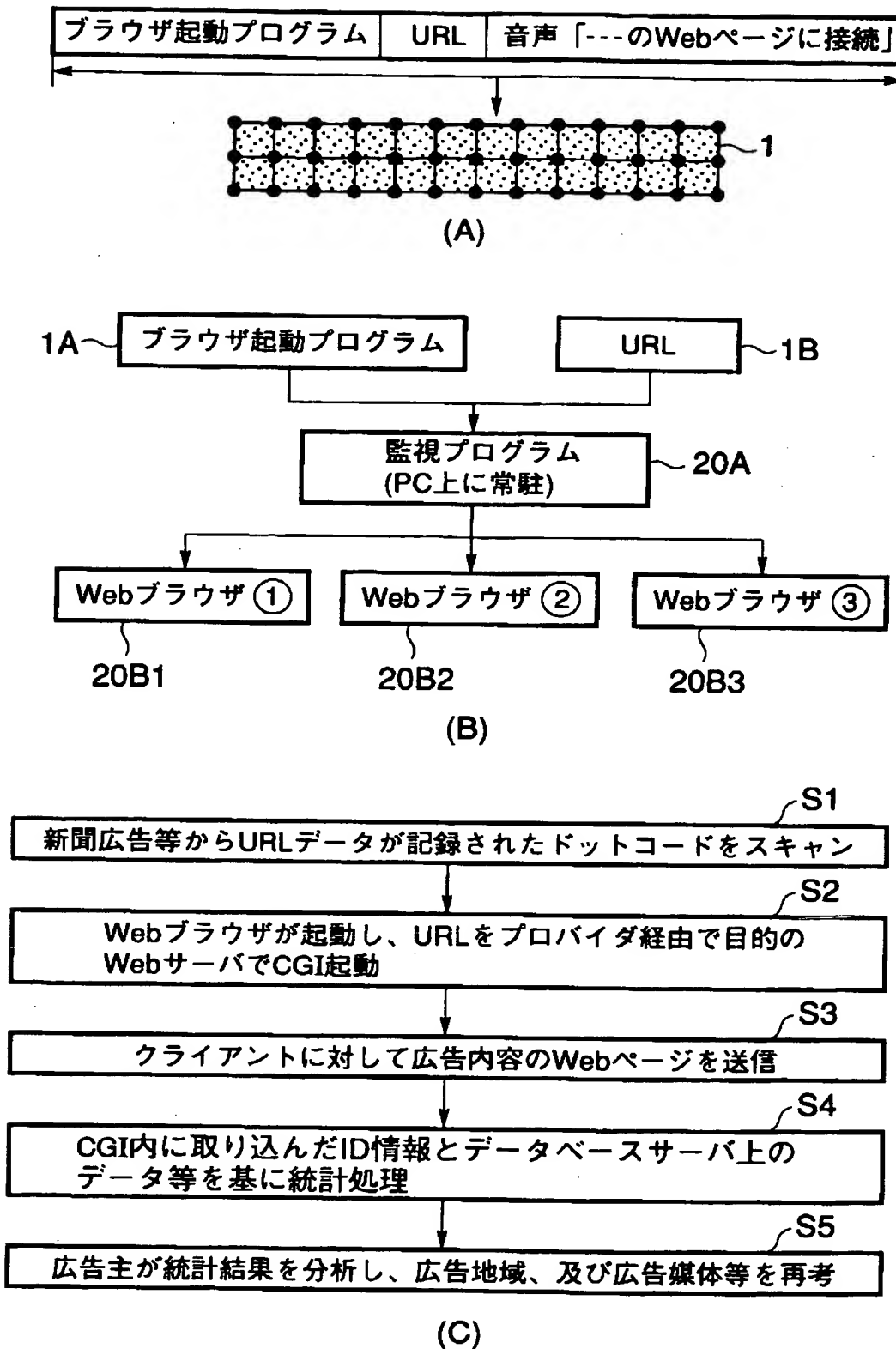
(B)

1999年12月20日現在の最新CD関心度ランキング				
No.1	東京	神奈川	埼玉	千葉
No.2	明日...	Love...	明日...	---
---	Love...	明日...	---	---
No.10	---	---	---	---
No.11	---	---	---	---
---	---	---	---	---
No.50	---	---	---	---
No.51	---	---	---	---
---	---	---	---	---

(C)



【図5】



【書類名】                      要約書

【要約】

【課題】 目視にて読み取りが可能な可読画像が印刷された特定者乃至は不特定者に配布される印刷物に関する注目度や反響度等について、より正確且つ簡単に調査及び／又は分析を行うことができるようにすること。

【解決手段】 可読画像 5 1 が印刷された印刷物 5 0 に、アクセス装置 2 0 がインターネットに接続されたWWW上の当該印刷物に係る情報資源（Web ページ 4 1 A）を指定してアクセスするためのURLを、ドットコード 1 として印刷しておく。このドットコード 1 を読取装置 3 0 でスキャンすることで、上記URLが復元され、そのURLに対応する情報資源がアクセス装置 2 0 によりアクセスされる。これにより、上記印刷物の発行者 4 0 側では、当該情報資源へのアクセス状況に関するアクセス情報がデータベースサーバ 4 2 に蓄積されるので、そのアクセス情報を利用して、当該印刷物に関する調査及び／又は分析を行う。

【選択図】                      図 1

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [000000376]

1. 変更年月日	1990年 8月20日
[変更理由]	新規登録
住 所	東京都渋谷区幡ヶ谷2丁目43番2号
氏 名	オリンパス光学工業株式会社